

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate: Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, H. M. U. H. N., Saidin, M. S. I., La Ode, S. I. P. M. S. I., Halika, H., Ip, S., & Kom, M. I. (2024). *Komunikasi Pemerintahan Dalam Kajian Teoritis*. Cv. Azka Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (Global Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Cetakan ke-7). Kencana.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada.
- Raharjo, T. B., & SE, M. M. (2023). Bab 2 Pemahaman Pasar Dan Konsumen. *Komunikasi Pemasaran Dalam Bisnis*, 19.
- Saputra, R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2024). *RETORIKA: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. Wawasan Ilmu.
- Sinambela, L. P. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. RajaGrafindo Persada.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Ke-2). Alfabeta.

Website

- Databoks. (2022). *Survei JakPat: Musik K-Pop Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-Laki*. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/survei-jakpat-musik-k-pop-lebih-disukai-perempuan-ketimbang-laki-laki/>
- Goodstats.id. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Goodstats.id. (2024). *Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia*. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- TosTos Tortilla Chips. (2024). *TosTos Tortilla Chips*. <https://duakelinci.com/brand/produk/3/tostos>

Jurnal

- Atala, K. R., & Komsiah, S. (2023). Efektivitas Endorsement Terhadap Brand Awareness. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 340–346.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Aryadi, M. A., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Social Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Mie Sehat Lemonilo. *Avant Garde*, 10(01), 145–153.
- Dewi, H. S., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Budaya Populer Fanatisme Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2), 187–195.
- Gunawan, C., & Susilo, D. (2021). Impact of Cristiano Ronaldo's Attractiveness as Brand Ambassador Towards Brand Awareness Shopee. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 135–147.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23.

- Hendarsin, A. M. C. A., Reggy, Z., Putri, G., & Widita, A. (2024). Utilizing K-Pop Idols as Brand Ambassadors to Increase Brand Awareness in Social Media. *Procedia Computer Science*, 234, 787–794.
- Ibrahim, I., & Samsiah, S. (2022). Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat Di Desa Moibaken (Studi Fungsi Dan Media Massa Di Masyarakat Desa Moibaken). *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 38–49.
- Istiqomah, A., & Widiyanto, D. (2020). Ancaman budaya pop (pop culture) terhadap penguatan identitas nasional masyarakat urban. *Jurnal Politik Walisongo*, 2(1), 47–54.
- Jelita, A. F., & Rimiyati, H. (2021). Pengaruh Kredibilitas Influencer Pada Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 22.
- Lestari, V. W. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 9–16.
- Mahmud, A. (2022). Peran Brand Ambassador dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Salah Satu Marketplace di Kota Makassar). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2).
- Mangunsong, G., Pohan, S., & Perwirawati, E. (2022). Netnografi Komunikasi Pada Komunitas Fandom Army Indonesia. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 7(2), 38–50.
- Mubaroq, H., & Hidayati, Y. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Populika*, 10(2), 54–61.
- Nabilah, L., & Miraza, Z. (2021). Meningkatkan positive word of mouth melalui brand awareness, brand ambassador, tagline, dan iklan (Studi pada konsumen produk Wardah di Lotte Mart Medan). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 41–53.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh iklan dan endorser terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15.
- Supriyadi, S., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). The Effect of Brand Ambassador and Tagline on Brand Awareness on Sr12

Skin Care Products. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 5(2), 55–66.

Utami, P., Delima, I. D., & Irianti, E. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Peningkatan Brand Awareness Pada Produk Hanasui. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 883–892.

Widayanti, O. W. (2019). Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness ‘Mie Sedaap Cup’ Film ‘Cinta Brontosaurus’ di Kalangan Remaja Surakarta. *Jurnal Common*, 3(2), 181–194.

Wisesa, C. P. (2021). Studi Keputusan Pembelian Makanan Oleh-Oleh Khas Surabaya: Peran Brand Awareness dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 287–294.

Yasin, W. W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Brand Awareness E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(1), 101–110.

Yung, D., & Sukendro, G. G. (2022). The Role of Brand Ambassador on Advertising in Building Brand Awareness (A Case Study of# Selaluadaselalubisa BTS Ads). *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 1196–1200.